



THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

RESUMEN DE LA CAMPAÑA *THE HEART TRUTH (La verdad acerca del corazón)*

La verdad acerca del corazón: Las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres

Sólo un 57 por ciento de las mujeres tiene conocimiento de que las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre ellas, y la mayoría desconoce la relación entre los factores de riesgo—como la presión sanguínea alta y el colesterol alto—y el riesgo personal al que están expuestas de desarrollar una enfermedad del corazón. *La verdad acerca del corazón* es que una de cada tres mujeres en los Estados Unidos muere a causa de una enfermedad del corazón.

La campaña The Heart Truth: Mensajes importantes acerca de la salud del corazón de la mujer

El National Heart, Lung, and Blood Institute (NHLBI, Instituto Nacional del Corazón, los Pulmones y la Sangre), división de los National Institutes of Health (NIH, Institutos Nacionales de la Salud) del U.S. Department of Health and Human Services (DHHS, Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos), patrocina una campaña nacional de toma de conciencia llamada *The Heart Truth*, conjuntamente con la Oficina de Salud de la Mujer del DHHS, la Asociación Americana del Corazón (AHA), WomenHeart: la Coalición Nacional para Mujeres con Enfermedad Cardíaca y otras organizaciones comprometidas con la salud y el bienestar de la mujer.

La campaña *The Heart Truth* alerta a las mujeres acerca de las enfermedades del corazón y les brinda herramientas para ayudarlas a tomar medidas contra los factores de riesgo. La campaña está dirigida principalmente a mujeres de entre 40 y 60 años, período en que comienza a aumentar el riesgo de la mujer de desarrollar enfermedades del corazón. Sin embargo, nunca es demasiado temprano—ni demasiado tarde—para tomar medidas para prevenir y controlar los factores de riesgo, dado que las enfermedades del corazón se desarrollan a través del tiempo y pueden comenzar a edad temprana, aún en la adolescencia. El mensaje de la campaña está acompañado por un fascinante apoyo visual, el vestido rojo, símbolo nacional de la mujer y de la toma de conciencia acerca de las enfermedades del corazón.

Desde el lanzamiento de la campaña en 2002, *The Heart Truth* y sus asociados han impulsado un movimiento nacional para alertar a las mujeres acerca de los peligros de las enfermedades del corazón. Las organizaciones comunitarias, las empresas del sector privado, los medios de difusión nacionales y locales, así como las mujeres de todo el país han tomado conciencia del problema y se han unido en torno al símbolo del vestido rojo.





THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

Antecedentes de la campaña

La campaña *The Heart Truth* comenzó como respuesta a las recomendaciones de más de 70 expertos en salud de la mujer, quienes se reunieron en marzo de 2001 para desarrollar un plan de acción nacional con el fin de reducir el número de víctimas de enfermedades del corazón entre las mujeres en los Estados Unidos. La campaña se realizó con aportes de organizaciones asociadas y de grupos abocados a la problemática femenina que funcionan en todo el país. Estos grupos revelaron que la mayoría de las mujeres subestiman sus factores de riesgo personales y no poseen una comprensión cabal del impacto devastador que provoca una enfermedad del corazón en la vida de un individuo y de su familia. La investigación fue un importante apoyo para la necesidad urgente de informar a las mujeres acerca de su riesgo de desarrollar una enfermedad del corazón y de cómo reducir dicho riesgo.

¿Y qué tiene que ver un vestido rojo con esto?

A medida que avanzaba la campaña *The Heart Truth*, se hacía más evidente la necesidad de contar con un recordatorio para llamar la atención sobre la relación entre la mujer y las enfermedades del corazón. En febrero de 2003, la campaña *The Heart Truth* instauró el vestido rojo como el símbolo nacional de la mujer y de la toma de conciencia acerca de las enfermedades del corazón y presentó la Colección de Vestidos Rojos en la Semana de la Moda en Nueva York, y de esa manera puso el tema de la mujer y de las enfermedades del corazón en el centro de la atención nacional.

El vestido rojo simboliza el vínculo entre el “yo exterior” de la mujer y la necesidad de concentrarse también en su “yo interior,” especialmente en lo que se refiere a la salud de su corazón. El vestido rojo actúa como un alerta visual para transmitir el mensaje de que “Al corazón no le importa cómo te vistes. Las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres.”

Día Nacional de Vestir de Rojo

La campaña *The Heart Truth* así como muchas personas y organizaciones, celebran el Día Nacional de Vestir de Rojo el primer viernes de febrero de cada año ese día, las personas en los Estados Unidos se visten de rojo para integrarse al movimiento nacional que hace un llamado personal y urgente a todas las mujeres, informándolas acerca del riesgo de desarrollar una enfermedad del corazón. Tanto hombres como mujeres pueden participar con tan solo usar un vestido, una camisa o una corbata roja, o el broche del vestido rojo. El broche del vestido rojo está disponible en el sitio Web www.hearttruth.gov.

En el Día Nacional de Vestir de Rojo en febrero de 2004 y 2005, el símbolo del vestido rojo cobró vida en los desfiles de la Colección de Vestidos Rojos de *The Heart Truth* en la Semana de la Moda en Nueva York. Durante el desfile de la Colección de Vestidos Rojos 2004, cotizadas modelos recorrieron la pasarela luciendo atuendos rojos de 26 de los más prestigiosos





THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

diseñadores de moda estadounidenses. Esta campaña regresó al centro de la escena con el desfile de la Colección de Vestidos Rojos 2005, donde se presentaron 26 estrellas legendarias que exhibieron vestidos rojos exclusivos creados por célebres diseñadores.

La Primera Dama, Sra. Laura Bush: embajadora de *The Heart Truth*

La Primera Dama, Sra. Laura Bush ha participado en eventos nacionales y locales en todo el país como la embajadora de *The Heart Truth*, donde transmitió a las mujeres su compromiso con el tema de la mujer y de las enfermedades del corazón. La Sra. Bush condujo un programa en febrero de 2004 en la sala este de la Casa Blanca, en el que el Presidente Bush firmó la proclamación presidencial que declara al mes de febrero como el Mes del Corazón en los Estados Unidos, y anunció el lanzamiento del icono oficial del vestido rojo que utilizará tanto la campaña de *The Heart Truth* como por parte de sus asociados para instituir el vestido rojo como el símbolo nacional de la mujer y de la toma de conciencia acerca de las enfermedades del corazón.

En mayo de 2005, la Colección de Vestidos Rojos de las Primeras Damas de *The Heart Truth* debutó con una presentación especial en el Centro de Artes Escénicas John F. Kennedy en Washington, D.C. En la colección se presentaron vestidos y trajes rojos que lucieron siete de las Primeras Damas de los Estados Unidos, incluidas las Sras. Laura Bush, Hillary Rodhan Clinton, Barbara Bush, Nancy Reagan, Rosalynn Carter, Betty Ford y Claudia (Lady Bird) Johnson.

Actividades y recursos de la campaña

La campaña ofrece una amplia variedad de recursos para ayudar a los individuos y a las comunidades locales a difundir *La verdad acerca del corazón*:

- Educational materials for women to learn about heart disease and how to reduce their risks, including materials in Spanish
- Material educativo para que las mujeres se informen acerca de las enfermedades del corazón y de cómo reducir sus riesgos
- El broche del vestido rojo, símbolo nacional de la mujer y de la toma de conciencia acerca de las enfermedades del corazón
- El paquete para presentadores (o "talk-in-a-box") y otros materiales de promoción para facilitar la difusión del mensaje de la campaña *The Heart Truth* en comunidades locales
- Un paquete de materiales de difusión en línea con ideas y material para realizar actividades con el fin de ayudar a individuos y organizaciones a planear sus propios eventos relacionados con la campaña *The Heart Truth* durante todo el año
- Un registro de actividades en línea que permite a las organizaciones compartir sus propias actividades y enterarse de las actividades realizadas por otros grupos de todo el país para difundir *La verdad acerca del corazón*





THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

- Fotografías e historias reales de mujeres que cuentan la manera en que su enfermedad del corazón les cambió la vida
- Publicidad de la administración pública nacional (medios gráficos, radio y televisión).
- Asociaciones con organizaciones sin fines de lucro respaldadas en el ámbito local para extender el alcance y el mensaje de la campaña
- Las asociaciones con organizaciones clave de comunidades afroamericanas, incluso la Association of Black Cardiologists (Asociación de Cardiólogos Negros), la revista *Catalina*, la revista *Essence*, The Links Inc., la National Association of Latina Leaders (Asociación Nacional de Dirigentes Latinos) y la National Black Nurses Association (Asociación Nacional de Enfermeras Negras), así como material para la campaña específicamente diseñado para mujeres hispanas y afroamericanas
- Asociaciones corporativas que permiten expandir los recursos y mejorar la visibilidad del mensaje de la campaña *The Heart Truth*

Asimismo, el Programa por ciudad del vestido rojo acerca la campaña *The Heart Truth* directamente a las mujeres de comunidades locales en todo el país. Hospitales locales, grupos comunitarios y organizaciones para la salud de la mujer patrocinan ferias de salud donde la temática predominante es el vestido rojo, exámenes de salud, almuerzos, desfiles de moda y eventos de gala del vestido rojo para extender el alcance de los mensajes de *The Heart Truth*.

Para obtener más información, o para ver y solicitar material de *The Heart Truth*, visita el sitio Web de la campaña en www.hearttruth.gov.

